

<<汽车商品学>>

图书基本信息

书名：<<汽车商品学>>

13位ISBN编号：9787313055156

10位ISBN编号：7313055153

出版时间：2009-1

出版时间：上海交通大学出版社

作者：张慧兰，金亮 主编

页数：318

字数：503000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<汽车商品学>>

前言

作为特殊的商品，汽车在我国有着广阔的发展前景。作为我国经济的支柱产业，汽车行业已经取得了举世瞩目的成就。随着经济的不断发展，我国汽车行业的发展步伐也不断加快。汽车在普通人的生活中也逐渐开始了角色的转换 - 由奢侈品慢慢转变为普通代步工具，成为一种普通商品出现在人们的生活中。

2006年，我国汽车生产总量为728万辆，比2005年增长27.1%，其中轿车生产总量为387万辆，较2005年增长39.2%。

至2006年底我国民用汽车保有量达到4985万辆，比2005年增长15.2%，其中私人汽车保有量为2925万辆，比2005年增长23.7%；民用轿车保有量为1545万辆，比2005年增长21.2%；私人轿车保有量为1149万辆，比2005年增长339 / 6。

从销量来看，2007年，国产轿车销量历史性地达到472.66万辆，我国自主品牌轿车销量达到124.22万辆，占轿车销售总量的26%。

虽然汽车产量和销量都在不断增加，但从整体而言，我国汽车工业的建设规模、汽车商品的营销手段、汽车商品学的研讨与世界上先进国家相比还有很大差距。

因此，如何在较短的时间培养一批具有商品学知识，善于捕捉市场机遇的汽车经营管理人才已成为当务之急。

在这种情况下，我们编写了这本《汽车商品学》。

本书较系统地探讨和分析了汽车作为商品时所具有的特性，从商品学的角度来介绍汽车的基础理论知识，而且采用层层深入的方式，都是从一般商品到特殊商品。

从一般商品的概念、结构介绍延伸到对汽车商品概念、结构的探讨，重点介绍了汽车发动机、底盘、车身和电气设备系统，包括传统汽车和现代轿车的结构原理探讨；从一般商品的检测评价分析开始，进一步分析汽车商品的检测评价；针对目前世界范围内对环境的保护及能源节约的重视，本书也从汽车商品对环境的影响出发分析了减少汽车商品对环境影响的几种基本方法（包括减少汽车对大气污染、减少汽车噪声的基本方法、减少交通事故的技术、汽车循环再利用 - Vehicle Recycling技术和方法，以及汽车使用中排气污染的控制方法）。

本书可以作为高等院校汽车商务专业的必修课教材，汽车运用工程、维修专业的选修教材，也可以作为汽车营销工作者的参考书或培训教材。

<<汽车商品学>>

内容概要

《汽车商品学》为高职高专学校规划教材，按高职教育的特点编写，以够用为原则，强调实用性。书中系统介绍了一般商品和汽车这个特殊商品的分类、编码、结构等一系列内容，还介绍了汽车的商标和评价检测方面内容。

全书分为8章，分别为总论、汽车商品分类与编码、汽车商标、汽车商品结构（一）、汽车商品结构（二）、汽车商品结构（三）、汽车商品的评价与检测、汽车商品与环境保护。

本书可以作为高等院校汽车商务专业的必修课教材，汽车运用工程、维修专业的选修教材，也可以作为汽车营销工作者的参考书或培训教材。

书籍目录

第一章 总论 第一节 商品学的研究对象和任务 第二节 汽车商品学概述第二章 汽车商品的分类与编码 第一节 商品分类 第二节 汽车商品分类 第三节 商品编码 第四节 汽车商品代码——车辆识别代号(VIN) 第三章 汽车商标 第一节 商标的含义和分类 第二节 汽车商标第四章 汽车商品结构(一) 第一节 一般商品的结构 第二节 汽车商品的总体结构 第三节 汽车发动机 第四节 曲柄连杆机构 第五节 配气机构 第六节 发动机起动系 第七节 发动机点火系 第八节 燃料供给系 第九节 发动机润滑系 第十节 发动机冷却系第五章 汽车商品结构(二) 第一节 汽车传动系 第二节 汽车行驶系 第三节 汽车转向系 第四节 汽车制动系第六章 汽车商品结构(三) 第一节 汽车车身 第二节 汽车电气设备 第三节 汽车配置第七章 汽车商品的评价与检测 第一节 商品质量与商品检验 第二节 汽车商品的评价与检测概述 第三节 汽车动力性评价与检测 第四节 汽车燃油经济性评价与检测 第五节 汽车的安全性评价与检测 第六节 汽车操纵稳定性评价与检测 第七节 汽车行驶平顺性评价与检测 第八节 汽车使用可靠性检测 第九节 汽车排放污染物检测第八章 汽车商品与环境保护 第一节 环境与环境保护 第二节 汽车商品对环境的影响 第三节 减少汽车对环境的影响的基本方法参考文献

章节摘录

第二节 汽车商品学概述 一、汽车是特殊的商品 汽车是高价值的特殊商品。它具有销售地域广泛性、产品技术复杂性、售后服务与销售不可分割性、售后服务网络性等特征。汽车是“改变人类生产方式、生活方式、学习方式”、“制造速度、提高效率”和“延长生命”的机器，其在经济发展过程中的地位和作用越来越大，“中国人不可能永远骑着自行车去实现现代化”。

汽车商品学是研究汽车这一特殊商品的学科，是隶属于商品学的一个分支，它是运用商品学的基础知识和基本原理对汽车生产、销售、运输所涉及的汽车商品属性、结构、分类、质量、评价、运输、储存等进行研究的学科。

汽车商品学既保留和运用了普通商品学的理论、方法和特点，又与一般意义上的商品学存在着较大的差异和不同。

汽车作为特殊的商品在我国有着广阔的发展前景，汽车行业作为国家经济支柱产业已经取得了举世瞩目的成就。

2006年我国汽车生产总量为728万辆，比2005年增长27.1%，其中轿车生产总量为387万辆，较2005年增长39.2%。

至2006年底我国民用汽车保有量达到4985万辆，比2005年增长15.2%，其中私人汽车保有量2925万辆，比2005年增长23.7%，民用轿车保有量1545万辆，比2005年增长21.29%，私人轿车保有量为1149万辆，比2005年增长33.9%。

从销量来看，2007年，国产轿车销量历史性地达到472.66万辆，我国自主品牌轿车销量达到124.22万辆，占轿车销售总量的26%，也从侧面反映出汽车在我国国民生产生活中所处的地位。

随着汽车商品的高速发展，汽车市场竞争的加剧，汽车商品学的建设也被提到议事日程上来。因此，如何在较短的时间培养一批具有商品学知识、善于捕捉市场机遇的汽车经营管理人才已成为当务之急。

但从总体而言，我国的汽车工业的建设规模、汽车商品的营销手段、汽车商品学的研讨与世界先进国家相比还有很大差距，特别是汽车商品学的研究基本上还是“空白”，我国的汽车商品管理还有待不断完善。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>